

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini, perkembangan dalam dunia pemasaran terjadi begitu cepat sehingga menimbulkan persaingan yang juga semakin ketat. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha. Pada kondisi usaha seperti sekarang ini, pemasaran menjadi pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Memiliki pengetahuan mengenai pemasaran merupakan hal penting bagi sebuah perusahaan pada saat dihadapkan pada permasalahan, seperti menurunnya pendapatan perusahaan yang disebabkan oleh menurunnya daya beli konsumen terhadap suatu produk sehingga memberikan dampak melambatnya pertumbuhan pada perusahaan (Indrasari, 2019:2).

Manajemen yang dibutuhkan untuk semua bisnis adalah manajemen pemasarana (*marketing management*). Manajemen pemasaran menyangkut produk atau jasa agar lebih dikenal konsumen. Oleh sebab itu, pihak perusahaan harus mengerti diskursus lengkap terkait management marketing ini. Manajemen pemasaran harus diperhatikan oleh sebuah organisasi atau perusahaan karena berkontribusi banyak hal untuk kelancaran proses pemasaran produk. Manajemen pemasaran bertugas sangat penting dalam perusahaan atau organisasi karena dengan adanya manajemen pemasaran perusahaan bisa meraih target pasar yang diinginkan dan mendapat lebih banyak konsumen (Satriadi, 2021:1).

Tujuan perusahaan adalah dapat berkembang di pasar sasarannya dibandingkan dengan pesaing yang ada sehingga pengembangan direncanakan dari awal sebelum komersialisasi barang/jasa. Konsep pemasaran merupakan filosofi manajemen di bidang pemasaran yang berorientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen, didukung dengan kegiatan pemasaran yang terpadu dengan tujuan menjamin kepuasan pelanggan sebagai kunci keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya (Kurniawan, 2018:3).

Pengambilan keputusan merupakan bagian terpenting dari strategi pemasaran, di mana konsumen memiliki sasaran atau perilaku yang ingin dicapai atau dipuaskan. Selanjutnya, konsumen membuat keputusan mengenai perilaku yang ingin dilakukan untuk dapat memecahkan masalahnya. Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final. Keluarannya bisa berupa suatu tindakan (aksi) atau suatu opini terhadap pilihan (Firmansyah, 2019:203).

Pengambilan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian juga dapat terjadi pada aktivitas menonton bioskop. Industri film nasional di Indonesia dewasa ini mengalami perkembangan yang cukup pesat dan memasuki masa puncaknya. Ada fenomena baru yang dapat memajukan film Indonesia, yakni kemunculan penulis skenario, sutradara, dan produser muda berbakat. Bisnis film merupakan salah satu produk *creative industry*, selain bisnis fashion, digital animation and game, digital apps, atau juga bisnis pertunjukan musik serta showbiz lainnya.

Ekonomi kreatif mempunyai potensi besar terhadap perekonomian nasional. Film jika dilihat dari sisi produsen film, utamanya dihasilkan dan dipasarkan melalui pihak distributor film dengan tujuan akhirnya untuk ditayangkan di bioskop, mengingat bioskop merupakan tempat rekreasi bagi masyarakat yang menjadi tempat dimana film tersebut akan dikonsumsi oleh konsumen akhir (Ramadania, 2022:45).

Bioskop adalah tempat untuk menonton pertunjukkan film dengan menggunakan layar lebar. Hampir semua orang memiliki kegemaran menonton film di bioskop. Dilengkapi dengan sistem audio berkualitas tinggi, layar besar, dan suasana studio yang kondusif, bioskop memberikan kesan mendalam bagi penontonnya. Kegemaran menonton film di bioskop didorong oleh berbagai faktor, seperti kualitas tayangan yang lebih baik, kenyamanan tempat, dan kesempatan untuk menikmati film-film terbaru yang belum tersedia di platform lain. Hal ini menjadikan bioskop tidak hanya sebagai tempat hiburan, tetapi juga sarana sosial yang sering dimanfaatkan untuk menghabiskan waktu bersama keluarga atau teman (Singal, 2019:3010).

Menonton merupakan aktivitas yang populer dan sering dilakukan oleh masyarakat untuk mendapatkan hiburan serta kesenangan. Keputusan untuk menonton film merupakan tindakan konsumen dalam membeli layanan berupa pemutaran film. Proses pengambilan keputusan tersebut dimulai dari persepsi konsumen terhadap pemenuhan kebutuhan dan keinginannya. Ketika konsumen menyadari adanya kebutuhan dan keinginan tersebut, mereka cenderung mencari

informasi mengenai produk atau layanan yang sesuai dengan keinginannya (Rajabiyenor, 2022:21).

Keputusan untuk menonton film di bioskop didasarkan pada berbagai alasan, seperti suasana studio yang kedap suara sehingga memungkinkan penonton menikmati film dengan lebih nyaman dan kondusif. Selain itu, bioskop menawarkan kualitas suara, gambar, dan layar lebar yang unggul, menciptakan pengalaman seolah-olah penonton berada dalam adegan film tersebut. Hal ini tidak dapat dibandingkan dengan pengalaman menonton melalui komputer atau televisi, di mana kualitas suara dan gambar jauh di bawah standar bioskop. Selain itu, bioskop selalu menyajikan film-film terbaru yang tidak tersedia di televisi, menjadikannya tetap ramai dikunjungi penonton dari waktu ke waktu (Rajabiyenor, 2022:21).

Aktivitas menonton bioskop bagi masyarakat Kota Jambi telah menjadi salah satu pilihan hiburan yang populer dan banyak diminati. Dengan hadirnya berbagai bioskop modern, seperti Bioskop XXI yang tersebar di pusat perbelanjaan besar, masyarakat Jambi memiliki akses mudah untuk menikmati film-film terbaru dalam kualitas tayang yang baik. Menonton bioskop tidak hanya sekadar untuk hiburan, tetapi juga menjadi kegiatan sosial yang sering dilakukan bersama keluarga, teman, atau pasangan. Aktivitas ini menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Jambi yang gemar mengikuti perkembangan film baik lokal maupun internasional.

Berikut disajikan data jumlah penduduk di Kota Jambi tahun 2020 hingga 2024:

Tabel 1. 1
Jumlah Penduduk Kota Jambi Pada Tahun 2020-2024

Tahun	Jumlah Penduduk (Ribu Jiwa)	Perkembangan
2020	3.548,2	-
2021	3.585,1	1,04%
2022	3.631,1	1,28%
2023	3.679,2	1,32%
2024	3.724,3	1,23%

Sumber: Data Primer Bioskop di Kota Jambi, 2024

Berdasarkan tabel 1.1 data jumlah penduduk Kota Jambi dari tahun 2020 hingga 2024 menunjukkan pertumbuhan yang stabil dengan rata-rata peningkatan populasi sekitar 1% per tahun. Pada tahun 2024. Jumlah penduduk Kota Jambi diperkirakan mencapai 3.724,3 ribu jiwa, menunjukkan adanya potensi pasar yang semakin besar. Pertumbuhan jumlah penduduk ini berhubungan langsung dengan budaya menonton masyarakat Kota Jambi, karena semakin banyak penduduk berarti semakin banyak pula calon penonton bioskop. Hal ini memberikan peluang bagi bioskop di Kota Jambi untuk memperluas jangkauan penonton dan memperkenalkan film-film baru yang dapat menarik minat masyarakat.

Jamtos atau Jambi Town Square Mall Kota Jambi merupakan salah satu pusat perbelanjaan modern terkenal di Kota Jambi yang menawarkan berbagai fasilitas, termasuk Bioskop XXI. Bioskop ini menjadi daya tarik utama bagi pengunjung yang ingin menikmati hiburan berupa film-film terbaru di layar lebar dengan kualitas audio dan visual yang memadai. Keberadaan Bioskop XXI di Jamtos Mall memberikan nilai tambah, menjadikannya tidak hanya tempat belanja, tetapi juga destinasi hiburan yang lengkap untuk keluarga dan individu. Dengan

lokasi strategis dan berbagai pilihan aktivitas, Jamtos Mall Kota Jambi, termasuk fasilitas bioskopnya, menjadi pilihan favorit bagi masyarakat lokal untuk menghabiskan waktu luang.

Untuk melihat data perbandingan harga tiket pada bioskop XXI Jamtos Mall dengan bioskop besar pesaing lainnya di Kota Jambi, berikut disajikan dalam tabel 1.2:

Tabel 1. 2
Harga Tiket pada Tiga Bioskop Besar yang Ada di Kota Jambi

Tahun	Hari	Bioskop XXI Jamtos Mall	Bioskop XXI WTC Mall	Bioskop XXI Transmart Mall
2020	Senin s/d Jumat	Rp. 40.000	Rp. 35.000	Rp. 30.000
	Sabtu s/d Minggu serta Hari Libur	Rp. 45.000	Rp. 40.000	Rp. 35.000
2021	Senin s/d Jumat	Rp. 45.000	Rp. 40.000	Rp. 35.000
	Sabtu s/d Minggu serta Hari Libur	Rp. 50.000	Rp. 45.000	Rp. 40.000
2022	Senin s/d Jumat	Rp. 50.000	Rp. 40.000	Rp. 35.000
	Sabtu s/d Minggu serta Hari Libur	Rp. 55.000	Rp. 45.000	Rp. 40.000
2023	Senin s/d Jumat	Rp. 50.000	Rp. 45.000	Rp. 40.000
	Sabtu s/d Minggu serta Hari Libur	Rp. 55.000	Rp. 50.000	Rp. 45.000
2024	Senin s/d Jumat	Rp. 55.000	Rp. 45.000	Rp. 40.000

	Sabtu s/d Minggu serta Hari Libur	Rp. 60.000	Rp. 50.000	Rp. 45.000
--	---	------------	------------	------------

Sumber: Data Primer Bioskop di Kota Jambi, 2024

Berdasarkan data dalam tabel 1.2 di atas, dapat dilihat bahwa harga tiket Bioskop XXI Jamtos Mall selalu menjadi yang paling mahal di antara dua pesaing lainnya pada tahun 2020 hingga 2024, baik pada hari biasa maupun akhir pekan. Dengan data harga tiket tersebut, berikut disajikan pula data jumlah pembelian tiket di tiga bioskop tersebut pada tahun yang sama, yakni tahun 2020-2024.

Tabel 1. 3
Jumlah Pembelian Tiket Tiga Bioskop Besar yang Ada di Kota Jambi

Tahun	Bioskop XXI Jamtos Mall		Bioskop XXI WTC Mall		Bioskop XXI Transmart Mall	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
2020	72.000	-	70.000	-	55.000	-
2021	75.000	4,17%	65.000	-7,14%	50.000	-9,09%
2022	85.000	13,33%	75.000	15,38%	60.000	20,00%
2023	90.000	5,88%	70.000	-6,67%	66.000	10,00%
2024*	95.000	5,56%	95.000	35,71%	62.000	-6,06%

Sumber : Data Primer Bioskop di Kota Jambi, 2024

Keterangan : *Tercatat Bulan November 2024

Berdasarkan Tabel 1.3, dapat dilihat bahwa jumlah pembelian tiket paling banyak dipimpin oleh Bioskop XXI Jamtos Mall, disusul oleh Bioskop XXI WTC Mall, dan Bioskop XXI Transmart Mall Kota Jambi. Secara keseluruhan, pembelian

tiket di Bioskop XXI Jamtos Mall menunjukkan tren peningkatan pada tahun 2020-2024, dengan lonjakan terbesar pada 2022 sebesar 13,33%, setelah sebelumnya hanya meningkat 4,17% pada 2021. Artinya, berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahalnya harga tiket bukan merupakan faktor penentu keputusan menonton, namun dikarenakan adanya faktor-faktor pendukung lain.

Keputusan menonton ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah faktor lokasi dan *Physical Evidence*. Lokasi merupakan salah faktor yang sangat penting dalam rangka menciptakan keputusan pembelian. Pemilihan lokasi suatu usaha merupakan nilai investasi yang mahal, sebab lokasi mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Lokasi usaha yang ditempat strategis akan cukup menyedot konsumen untuk sekadar mampir dan melihat-lihat barang dan konsep yang ditawarkan karena mudah untuk dijangkau. Lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha (Daniella, et. al., 2023:1492).

Jambi Town Square (Jamtos) merupakan salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Kota Jambi yang terletak di lokasi strategis, yaitu di Jalan Kapten Pattimura, Simpang Rimbo, Kota Jambi. Jamtos Mall Jambi dapat diakses dengan berbagai kendaraan maupun transportasi umum, seperti angutan kota (angkot), transportasi online, hingga bus Trans Siginjai. Dengan akses yang mudah dan lokasi strategis, Jamtos menjadi pusat perbelanjaan yang dapat dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat di Kota Jambi.

Observasi awal dilakukan untuk melihat perspektif pengunjung terkait lokasi Bioskop XXI dan Jamtos Mall Jambi. Berdasarkan hasil wawancara dengan

10 pengunjung, ditemukan beberapa temuan mengenai aksesibilitas mall dan bioskop. Sebanyak 7 dari 10 pengunjung menyatakan bahwa lokasi Jamtos cukup strategis dan mudah dijangkau, sedangkan 3 pengunjung lainnya mengeluhkan bahwa mall berlokasi cukup jauh dari rumah mereka, sehingga membutuhkan waktu tempuh lebih lama, terutama bagi yang tidak menggunakan kendaraan pribadi. Selain itu, 6 pengunjung menyatakan bahwa akses menuju mall sering mengalami kemacetan, terutama pada akhir pekan dan hari libur. Kemacetan ini menyebabkan keterlambatan bagi pengunjung yang ingin menonton film tepat waktu, ditambah lagi lokasi Bioskop XXI yang berada di lantai 3 mall.

Selain lokasi, *Physical Evidence* atau bukti fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut memengaruhi keputusan penumpang untuk membeli dan menggunakan produk/jasa yang ditawarkan (Khotimah, 2016:69). Sederhananya, bukti fisik merupakan lingkungan fisik yang meliputi atribut toko, desain toko, dan penataan produk, dimana hal tersebut akan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli. Faktor-faktor ini menciptakan pengalaman yang langsung dirasakan oleh konsumen dan dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang ditawarkan (Surahman, 2021:106).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, faktor *Physical Evidence* pada Bioskop XXI Jamtos Mall Jambi mencakup berbagai aspek yang mendukung pengalaman menonton yang nyaman dan memuaskan bagi konsumen. Jamtos Mall Jambi menawarkan berbagai fasilitas pendukung seperti area parkir yang luas, kebersihan ruangan, serta interior studio yang modern dan terawat. Suasana studio yang kedap suara, layar lebar berkualitas tinggi, serta sistem audio canggih

menciptakan pengalaman menonton yang imersif. Selain itu, keberadaan area tunggu yang nyaman dan pelayanan ramah dari staf menambah nilai keseluruhan dari pengalaman pelanggan di bioskop ini, menjadikannya pilihan bagi masyarakat Kota Jambi.

Namun, terdapat permasalahan *Physical Evidence* pada Bioskop XXI Jamtos Mall Jambi berdasarkan wawancara beberapa pengunjung bioskop tersebut. Permasalahan ini dapat terlihat dari lahan parkir yang dimiliki Jamtos Mall Jambi. Menurut keterangan 10 pengunjung, meskipun Jamtos Mall Jambi memiliki lahan parkir yang luas, namun mereka masih saja sering kesulitan mendapatkan tempat parkir, terutama di akhir pekan dan hari libur. Ketika sedang ramai, pengunjung membutuhkan waktu beberapa menit untuk mencari spot kosong untuk memarkirkan kendaraannya. Selain itu, tempat parkir kendaraan juga tidak seluruhnya memiliki atap pelindung. Kendaraan pengunjung harus diparkirkan dibawah panas matahari dan kehujanan saat hujan turun. Ditambah lagi, antrian yang Panjang yang cukup lama juga dikeluhkan pengunjung ketika akan keluar Jamtos Mall Jambi. Hal ini menjadi keluhan utama pengunjung saat memutuskan untuk menonton di Bioskop XXI Jamtos Mall Jambi. Faktor-faktor tersebut berpotensi memengaruhi kenyamanan dan keputusan konsumen dalam memilih bioskop ini sebagai tujuan hiburan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka Penulis ingin melakukan penelitian dengan judul: “**Pengaruh Lokasi dan Physical Evidence, Terhadap Keputusan Menonton di Bioskop XXI Jamtos Mall Kota Jambi**”. Dengan mengetahui faktor-faktor mana yang paling memengaruhi keputusan

penonton, pihak manajemen dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan pengalaman pelanggan di bioskop tersebut.

1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Harga tiket Bioskop XXI di Jamtos Mall Kota Jambi paling mahal diantara bioskop XXI pesaing lain, namun angka pembelian tiket bioskop di Jamtos Mall selalu meningkat pada tahun 2020-2024 dan selalu mengungguli jumlah pembelian tiket pada Bioskop XXI pesaing lainnya.
- b. Lokasi Bioskop XXI Jamtos Mall Jambi dinilai cukup strategis dan mudah dijangkau, namun akses menuju mall sering mengalami kemacetan, terutama pada akhir pekan dan hari libur yang dapat menyebabkan menyebabkan keterlambatan bagi pengunjung yang ingin menonton film tepat waktu, ditambah lagi lokasi Bioskop XXI yang berada di lantai 3 Jamtos Mall Jambi.
- c. Terkait faktor *Physical Evidence* pada Bioskop XXI Jamtos Mall Jambi, lahan parkir menjadi permasalahan utama yang dirasakan pengunjung. Meskipun Jamtos Mall Jambi memiliki lahan parkir yang luas, namun pengunjung masih saja sering kesulitan mendapatkan tempat parkir, terutama di akhir pekan dan hari libur, sehingga membutuhkan waktu beberapa menit untuk mencari spot kosong. Selain itu, tidak adanya atap pelindung pada beberapa wilayah parkir menyebabkan kendaraan pengunjung kerap kepanasan dan kehujanan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana gambaran lokasi, *Physical Evidence*, dan keputusan menonton di Bioskop XXI Jamtos Mall Kota Jambi?
- b. Bagaimana pengaruh lokasi dan *Physical Evidence* secara simultan terhadap keputusan menonton di Bioskop XXI Jamtos Mall Kota Jambi?
- c. Bagaimana pengaruh lokasi dan *Physical Evidence* secara parsial terhadap keputusan menonton di Bioskop XXI Jamtos Mall Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui gambaran lokasi, *Physical Evidence*, dan keputusan menonton di Bioskop XXI Jamtos Mall Kota Jambi.
- b. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan *Physical Evidence* secara simultan terhadap keputusan konsumen Bioskop XXI Jamtos Mall Kota Jambi.
- c. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan *Physical Evidence* secara parsial terhadap keputusan konsumen Bioskop XXI Jamtos Mall Kota Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Manfaat Akademis
 - 1) Dapat memberikan pengetahuan mengenai bauran pemasaran jasa (3P) yaitu lokasi dan *Physical Evidence* dan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen sehingga dapat berguna dimasa yang akan datang.

- 2) Memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh lokasi dan *Physical Evidence* terhadap keputusan konsumen pada suatu organisasi atau perusahaan.
- b. Manfaat Praktis
- 1) Dapat mengetahui mengenai pengaruh yang signifikan antara lokasi dan *Physical Evidence* terhadap keputusan konsumen.
 - 2) Referensi bagi peneliti selanjutnya sehingga dapat dijadikan perbandingan dalam melakukan pengembangan penelitian yang sama dimasa yang akan datang.



